

# ДІЛОВА АКТИВНІСТЬ ПІДПРИЄМСТВ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЯК ПОКАЗНИК ЇХ СТІЙКОСТІ ТА КОНКУРЕНТОЗДАТНОСТІ

## BUSINESS ACTIVITY OF HOTELS OF THE ECONOMY AS AN INDICATOR OF THEIR STABILITY AND COMPETITIVENESS

УДК 338.46:640.4

DOI: <https://doi.org/10.32843/bses.46-18>**Мелень О.В.**к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економічного аналізу  
та облікуНаціональний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»**Жадан Т.А.**к.е.н., доцент,  
доцент кафедри економічного аналізу  
та облікуНаціональний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»**Афоніна Т.С.**магістрант  
Національний технічний університет  
«Харківський політехнічний інститут»**Melen Olena**National Technical University  
"Kharkiv Polytechnic Institute"**Zhadan Tetiana**National Technical University  
"Kharkiv Polytechnic Institute"**Afonina Tetiana**National Technical University  
"Kharkiv Polytechnic Institute"

У статті розглянуто ділову активність готельних господарств як показник їх стійкості та конкурентоздатності. Рівень ділової активності досить тісно пов'язаний не тільки з обсягом діяльності підприємства і формуванням прибутку, а й із його грошовими потоками, оскільки ділова активність проявляється у ступені платоспроможності та ліквідності підприємств, що вимагає дієвого управління рухом грошових коштів. Виходячи із цього, підприємство повинно позиціонувати на ринку свої послуги, вибравши правильну комбінацію її ціни та якості. Максимальне поєднання таких чинників, як відповідність вимогам та вподобанням клієнтів, використання сучасних технологій, якісне та оперативне банківське обслуговування, високий рівень менеджменту, маркетингу, наявність кваліфікованих кадрів, зручне місце розташування та імідж підприємства та його висока ділова репутація забезпечують високий рівень ділової активності підприємства.

**Ключові слова:** ділова активність, конкурентоздатність, ціна, якість послуг, репутація готелю.

В статье рассмотрена деловая активность гостиничных хозяйств как показате-

ль их устойчивости и конкурентоспособности. Уровень деловой активности достаточно тесно связан не только с объемом деятельности предприятия и формированием прибыли, но и с его денежными потоками, поскольку деловая активность проявляется в степени платежеспособности и ликвидности предприятия, требует действенного управления движением денежных средств. Исходя из этого, предприятие должно позиционировать на рынке свои услуги, выбрав правильную комбинацию ее цены и качества. Максимальное сочетание таких факторов, как соответствие требованиям и предпочтениям клиентов, использование современных технологий, качественное и оперативное банковское обслуживание, высокий уровень менеджмента, маркетинга, наличие квалифицированных кадров, удобное месторасположение и имидж предприятия, его высокая деловая репутация обеспечивают высокий уровень деловой активности предприятия.

**Ключевые слова:** деловая активность, конкурентоспособность, цена, качество услуг, репутация отеля.

The article deals with the business activity of hotel farms as an indicator of their sustainability and competitiveness. The question of business activity of an enterprise is an important question for every enterprise. Continuous control over financial condition and development facilitates effective management decisions. They should be based on the actual performance of the enterprise, especially those that characterize its business activity. Business activity is one of the main indicators of an objective, timely and comprehensive assessment of the financial and economic activity of an enterprise. It covers the most important areas of the enterprise, namely production, finance, marketing, so it gives an opportunity to evaluate the internal and external effectiveness of its organization. The level of business activity is closely related not only to the volume of activity of the enterprise and formation of profit, but also to its cash flows. Business activity is manifested in the degree of solvency and liquidity of enterprises. This requires effective cash flow management. On this basis, the company should position its service in the market by choosing the right combination of its price and quality. Developing an independent pricing strategy and tactics for managing the price of a hotel product is a constantly reproducible process. The pricing policy must be constantly reviewed and adjusted to the current market situation. That is, it should be constantly monitored on the basis of actual results and, if necessary, adjusted. This implies a flexible price change in line with the changing market situation, as well as making decisions on price modification. The price should be set in such a way that, on the one hand, it satisfies the needs of the buyers and, on the other, it fulfills all the objectives of the enterprise in a certain market and provides it with sufficient revenue. The maximum combination of such factors as compliance with requirements and preferences of clients, use of modern technologies, high-quality and prompt banking service, high level of management, marketing, availability of qualified personnel, convenient location and image of the enterprise and its high business reputation ensures a high level of business activity of the enterprise.

**Key words:** business activity, competitiveness, price, quality of service, hotel reputation.

**Постановка проблеми.** Питання ділової активності підприємства є важливим для кожного підприємства. Постійний контроль над фінансовим станом та розвитком сприяє ухваленню ефективних управлінських рішень, які повинні опиратися на реальні показники функціонування підприємства, особливо на ті, що характеризують його ділову активність. Стійкість та конкурентоздатність підприємств готельного господарства залежать від рівня їхньої ділової активності, саме тому керівництво підприємства має правильно оцінювати фінансові ресурси підприємства, їх характер, використання та потенціал, а також урахувати інтереси й побажання споживачів і надавати ті послуги та продукцію, яка їм потрібна.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Питання ділової активності підприємств було розглянуто в працях багатьох економістів, таких як Л.О. Коваленко, Л.М. Ремньова, Г.Г. Кірейцев, Г.Ю. Ткачук, Н.Б. Кащена, О.О. Горошанська, Т.В. Польова, М.І. Петренко та ін. Але, незважаючи на велику кількість наукових досліджень, визначення ділової активності підприємств готельного господарства та його рівня й досі є відкритим питанням.

**Постановка завдання.** Метою статті є дослідження та узагальнення інформації щодо визначення ділової активності підприємств готельного господарства як показника їх стійкості та конкурентоздатності.

### Виклад основного матеріалу дослідження.

Готельний бізнес є одним із найперспективніших і успішно розвинутих напрямів бізнесу в світі. Головною метою діяльності підприємств готельного господарства є надання споживачам найкращого обслуговування та підтримка лідерських позицій у своєму сегменті на ринку. Досвід країн із розвинутою економікою переконливо доводить, що готельний бізнес є одним із найбільш рентабельних видів підприємницької діяльності. Пошук кращих управлінських рішень та вдосконалення якості послуг змушують керівників готельних підприємств забезпечувати високий рівень комфорту для задоволення найрізноманітніших побутових, господарських та культурних потреб споживачів.

За умов ринкової економіки підприємства готельного господарства самостійно здійснюють свою діяльність, але конкуренція в даній сфері змушує продавця своїх послуг урахувати інтереси й побажання споживачів та надавати ті послуги та продукцію, яка їм потрібна, і при цьому підтримувати високу ділову активність.

Стійкість підприємства готельного господарства, ефективність управління ним, успішність методів і прийнятих рішень залежать від здатності керівництва оцінити фінансові ресурси, характер і глибину їх використання та потенціал, яким володіє підприємство [1].

Конкурентоспроможність та ділова активність є показниками фінансового стану підприємства. Вони характеризуються динамікою показників ефективності господарської діяльності. І саме позитивна динаміка цих показників сприяє зміцненню фінансового стану підприємства.

Термін «ділова активність» почав використовуватися у вітчизняній обліково-аналітичній літературі порівняно недавно у зв'язку з упровадженням широко відомих у різних країнах світу методик аналізу фінансової звітності на основі системи аналітичних коефіцієнтів. Безумовно, трактування даного терміну може бути різним. У загальному розумінні ділова активність означає весь спектр зусиль, спрямованих на просування підприємств на ринках продукції, праці, капіталу [2].

Виділяють широкий та вузький підходи до визначення поняття «ділова активність». У широкому розумінні цей термін означає маркетингове і комерційне просування підприємства за умов залучення максимально можливого ресурсного потенціалу зі спрямуванням усього спектру зусиль. У вузькому ж розумінні ділова активність підприємства означає якість прийнятих управлінських рішень, що характеризується висококваліфікованим менеджментом, повноту віддачі вкладених зусиль та ефективне використання наявних виробничих та комерційних можливостей [3].

Так, науковці-економісти Л.О. Коваленко та Л.М. Ремньова вважають, що ділова активність

підприємства – це комплексна характеристика, яка втілює різні аспекти діяльності підприємства і визначається такими критеріями, як місце підприємства на ринку, репутація, інноваційно-інвестиційна діяльність, конкурентоспроможність [4]. Г.Г. Кірейцев наголошує, що «ділова активність – це процес вибору оптимального співвідношення між наборами економічних ресурсів та окремо між обсягами виробництва і різноманітних продуктів за допомогою цих ресурсів» [5]. Г.Ю. Ткачук дає таке визначення ділової активності: «Ділова активність – це економічна категорія, яка характеризує економічну діяльність підприємства з позицій внутрішніх його змін і виявляється через зміну її інтенсивності у часі» [6]. Н.Б. Качена, О.О. Горошанська і Т.В. Польова дають таке визначення ділової активності: «Ділова активність підприємства відображає ступінь його життєздатності в умовах нестабільної економіки, який залежить від застосовуваних керівництвом управлінських принципів, що виявляються через спектр реальних дій, спрямованих на динамічність розвитку суб'єкта господарювання і досягнення ним поставлених цілей та заданих програм» [7]. Як зазначає М.І. Петренко, головними якісними й кількісними критеріями ділової активності підприємства є широта ринків збуту продукції, включаючи наявність поставчань на експорт, репутація підприємства, ступінь плану основних показників господарської діяльності, забезпечення заданих темпів їхнього росту, рівень ефективності використання ресурсів (капіталу), стійкість економічного росту [8]. В.О. Мец характеризує ділову активність як зусилля, які підприємство докладає для виходу на ринок продукції, праці, капіталу [9].

Дослідивши думки науковців-економістів із питання визначення поняття ділової активності, можна запропонувати таке визначення цього поняття: ділова активність – це комплексна характеристика підприємства, яка відображає активність його діяльності в напрямі мобілізації наявних ресурсів підприємства, що спрямована на забезпечення позитивної динаміки його розвитку і досягнення поставлених цілей у зовнішньоекономічному середовищі. Аналіз ділової активності підприємств сприяє попередженню кризових явищ у діяльності підприємств, зводить до мінімуму ризик неефективної діяльності в умовах ринкового середовища та конкуренції й забезпечує стійке економічне зростання.

Основними цілями оцінки та аналізу ділової активності підприємств є здійснення ефективних управлінських рішень для забезпечення сталого розвитку та підвищення конкурентоспроможності та його ділової активності за умов мінливого ринкового середовища [10].

Ділова активність є одним із головних індикаторів об'єктивної, своєчасної та всебічної оцінки фінансово-господарської діяльності підприємства. Вона

охоплює найважливіші сфери життєдіяльності підприємства, а саме виробництво, фінанси, маркетинг, тому дає можливість оцінити внутрішню та зовнішню ефективність її організації [3].

Під час формування системи показників оцінки ділової активності підприємства необхідно відокремлювати показники внутрішньої та зовнішньої ділової активності.

Зовнішня (ринкова) ділова активність характеризується якісними та кількісними показниками. До якісних показників належать:

- 1) імідж підприємства, тобто це те враження, яке воно справляє на клієнтів, те, що згадують, коли думають про нього, і його ділова репутація, тобто сукупність думок про переваги та недоліки компанії, яка складається у внутрішніх колах компанії, партнерів із бізнесу;

- 2) соціальна активність підприємства, що виражається у формуванні соціальної інфраструктури в районах місцезнаходження підприємств готельного господарства, у фінансуванні соціальних програм, створенні об'єктів соціальної сфери, добродійності тощо;

- 3) природоохоронна активність підприємств.

До кількісних показників належать:

- 1) зміна питомої ваги підприємства на ринку продукції (робіт, послуг) по галузі, регіону, у національній економіці;

- 2) масштаби партнерських відносин на внутрішньому та зовнішньому ринках країни;

- 3) обсяг зовнішньоекономічного обороту;

- 4) динаміка фондової активності, яка виражається збільшенням обсягу реалізації акцій, підвищенням коефіцієнта котирування, зростанням прибутковості та рівня дивідендного доходу акцій;

- 5) приріст кількості робочих місць.

Внутрішня активність виражається у зростанні економічного потенціалу підприємств або підвищенні ефективності його використання.

Аналіз внутрішньої ділової активності пропонується здійснювати з використанням кількісних показників, які можна згрупувати за кількома напрямками, а саме, ступенем виконання плану за основними показниками, що забезпечують задані темпи їх зростання, та рівнем ефективності використання ресурсів.

Найбільш загальну систему показників кількісної оцінки ділової активності становлять коефіцієнти, показники яких характеризують якість економічного зростання та визначають ступінь окупності активів й капіталу. Кількісні параметри оцінки ділової активності підприємств виражаються динамікою показників виробничо-фінансової діяльності підприємств, що характеризують зміну обсягів виробництва і реалізації продукції, витрат підприємства і швидкості обороту його коштів.

Вагомим складником внутрішнього аналізу ділової активності підприємства є оцінка додержання

підприємством «золотого правила економіки», тобто коли темпи зростання прибутку підприємства повинні перевищувати темпи зростання обсягів продажу, а темпи зростання обсягів продажу повинні бути вищими за темпи зростання активів (майна).

Показники ділової активності – це, перш за все, показники ефективності використання фінансових ресурсів підприємства. Рівень ділової активності досить тісно пов'язаний не тільки з обсягом діяльності підприємства і формуванням прибутку, а й із його грошовими потоками, оскільки ділова активність проявляється у ступені платоспроможності та ліквідності підприємств, що вимагає дієвого управління рухом грошових коштів. Зв'язок ділової активності, платоспроможності та ліквідності простежується через економічну сутність відносних показників ділової активності, які відображають швидкість обігу сформованого капіталу в процесі господарської діяльності підприємства.

Такий вплив пояснюється тим, що зі швидкістю оборотності активів підприємства тісно пов'язані мінімально необхідна величина авансованого капіталу та пов'язані з ним виплати грошових коштів (проценти за кредит, дивіденди), визначення потреби в додаткових джерелах фінансування, сума витрат на утримання товарно-матеріальних цінностей, а також величина сплачених податків [3].

Важливим аспектом ділової активності підприємства є ефективна цінова політика. Розроблення самостійної цінової стратегії й тактики управління ціною готельного продукту – це постійно відтворюваний процес. Цінову політику необхідно постійно перевіряти і пристосовувати до ситуації, що сформувалася на ринку. Тобто вона повинна постійно перевірятися на основі фактично досягнутих результатів і за необхідності коригуватися. Це передбачає гнучку зміну цін відповідно до зміни ринкової ситуації, а також прийняття рішень про модифікацію цін. Ціна повинна бути встановлена так, щоб, з одного боку, задовольнити потреби покупців, а з іншого – реалізувати всі цілі підприємства на певному ринку, забезпечити йому надходження достатніх доходів.

Підприємство повинно позиціонувати на ринку свою послугу, вибравши правильну комбінацію її ціни та якості.

Рівень цін є одним із найвагоміших чинників, який впливає на формування попиту на продукцію або послуги і, відповідно, на обсяг продаж та дохід від реалізації й прибуток.

Максимальне поєднання таких чинників, як відповідність вимогам та вподобанням клієнтів, використання сучасних технологій, якісне та оперативне банківське обслуговування, високий рівень менеджменту, маркетингу, наявність кваліфікованих кадрів, зручне місце розташування та імідж підприємства, його висока ділова репутація, забезпечують високий рівень ділової активності підприємства.



### Висновки з проведеного дослідження.

Ділова активність є важливим показником фінансового стану підприємства, який характеризує різні аспекти його діяльності. Головними якісними й кількісними критеріями ділової активності підприємства є: широта ринків збуту продукції, репутація підприємства, ступінь плану основних показників господарської діяльності, забезпечення заданих темпів їхнього росту, рівень ефективності використання ресурсів (капіталу), стійкість економічного росту, інвестиційна привабливість підприємства та його активність щодо залучення інвестиційних ресурсів.

Виживання підприємств в умовах мінливого середовища та зростання їхньої ділової активності є найважливішими напрямками діяльності підприємств готельного господарства в усіх країнах світу. Вони мають використовувати всі необхідні заходи, щоб забезпечити собі конкурентоздатність у ринкових умовах. Постійний контроль над фінансовим станом та розвитком підприємств сприяє ухваленню ефективних управлінських рішень, які, своєю чергою, мають опиратися на реальні показники функціонування підприємства, особливо на ті, що характеризують їхню ділову активність.

Своєчасна та достовірна оцінка ділової активності дасть змогу позитивно впливати на ефективність діяльності підприємства, своєчасно виявляти негативні тенденції та уникати їх у майбутньому, оскільки саме рівень ділової активності є показником ефективності роботи підприємства.

### БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Завідна Л.Д. Діагностика фінансового стану підприємства готельного господарства. *Економіка та держава*. 2018. № 5. С. 99–103.
2. Антипенко Є.Ю., Ногіна С.М., Піддубна Ю.С. Аналіз теоретичних аспектів ділової активності підприємства та існуючих підходів до її оцінювання. *Сталий розвиток економіки*. 2013. № 3(20). С. 76–80. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2013\\_3\\_19](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_3_19) (дата звернення: 23.10.2019).
3. Анісімова О.М. Аналіз ділової активності підприємства як системна оцінка ефективності використання власних ресурсів. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва*. 2013. № 2. С. 19–24.
4. Коваленко Л.О., Ремнова Л.М. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : Знання, 2008. 483 с.
5. Кірейцев Г.Г. Фінансовий менеджмент : навчальний посібник. Київ : ЦУЛ, 2002. 496 с.
6. Ткачук Г.Ю. Оцінка ділової активності підприємства. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Економічні науки»*. 2015. Вип. 13. Ч. 4. С. 88–90.
7. Ділова активність підприємства: сутність та методика аналізу : монографія / Н.Б. Кащенко та ін. Харків : Іванченко І.С., 2016. 196 с.
8. Петренко М.І. Оцінка ділової активності підприємства. *Проблеми підвищення ефективності інфраструктури*. 2010. № 26. URL: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/476> (дата звернення: 25.10.2019).
9. Мец В.О. Економічний аналіз фінансових результатів та фінансового стану підприємства : навчальний посібник. Київ : КНЕУ, 1999. 132 с.
10. Статистика підприємств : навчальний посібник / С.О. Матковський та ін. ; за ред. С.О. Матковського. Київ : Алерта, 2013. 560 с.
11. Бугас Н.В., Костюк Г.В. Аналіз та оцінка ділової активності підприємств. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2017. № 2. URL: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1035> (дата звернення: 23.10.2019).

### REFERENCES:

1. Zavidna L. D (2018) Diagnosty`ka finansovogo stanu pidpry`emstva gotel`nogo gospodarstva [Diagnosis of the financial status of a hotel enterprise]. *Ekonomika ta derzhava*, no. 5, pp. 99 – 103.
2. Antypenko Ye. Yu., Nohina S. M., Pidubna Yu. S. (2013) Analiz teoretychnykh aspektiv dilovoi aktyvnosti pidpryemstva ta isnuuyuchykh pidkhodiv do yii otsiniuvannia [Analysis of theoretical aspects of business activity of the enterprise and existing approaches to its evaluation]. *Stalyi rozvytok ekonomiky*, vol. 3, no. 20, pp. 76 – 80. Available at: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre\\_2013\\_3\\_19.pdf](http://nbuv.gov.ua/UJRN/sre_2013_3_19.pdf) (accessed 23 October 2019).
3. Anisimova O. M. (2013) Analiz dilovoi aktyvnosti pidpryemstva yak systemna otsinka efektyvnosti vykorystannia vlasnykh resursiv [Analysis of business activity of the enterprise as a systematic assessment of the efficiency of using its own resources]. *Problemy i perspektyvy rozvytku pidpryemnytstva*, no. 2, pp. 19–24.
4. Kovalenko L. O., Remnova L. M. (2008) *Finansovy menedzhment* [Financial management]. Kyiv : Znannia. (in Ukrainian)
5. Kireitsev H. H. (2002) *Finansovy menedzhment* [Financial management]. Kyiv : TsUL. (in Ukrainian)
6. Tkachuk H. Yu. (2015) Otsinka dilovoi aktyvnosti pidpryemstva [Assessment of business activity of the enterprise]. *Naukovyi visnyk Khersonskoho derzhavnoho universytetu*. vol. 13, pp. 88–90.
7. Kashchena N. B. (2016) Dilova aktyvnist pidpryemstva: sutnist ta metodyka analizu [Business activity of the enterprise: essence and methodology of analysis]. Kharkiv: vydavnytstvo Ivanchenka I.S. (in Ukrainian)
8. Petrenko M. I. (2010) Otsinka dilovoi aktyvnosti pidpryemstva [Assessment of business activity of the enterprise]. *Problemy pidvyshchennia efektyvnosti infrastruktury*, no 26, Available at: <http://jrn1.nau.edu.ua/index.php/PPEI/article/view/476> (accessed 25 October 2019).
9. Mets V. O. (1999) Ekonomichnyi analiz finansovykh rezultativ ta finansovoho stanu pidpryemstva [Economic analysis of financial results and financial condition of the enterprise]. Kyiv : KNEU. (in Ukrainian)
10. Matkovskiy S. O., Hrynkevych O. S., Soroachak O. Z., Halkiv L. I., Prokopovych-Pavliuk I. V. (2013) Statystyka pidpryemstv [Business statistics]. Kyiv : Alerta. (in Ukrainian)
11. Buhas N. V., Kostiuk H. V. (2017) Analiz ta otsinka dilovoi aktyvnosti pidpryemstv. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok* (electronic journal). no. 2. Available at: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1035pdf> (accessed 23 October 2019).